BIODIVERSITÉ ET BIOPIRATERIE : COMMENT CONSTRUIRE DES MODÈLES DE PRÉSERVATION ET DE PARTAGE DES SAVOIRS ? - JEUDI 15 NOVEMBRE 2012, DE 9H30 À 11H00

PROGRAMME

La perspective d'un accord international sur la question de la biopiraterie demeure hypothétique, mais des législations nationales et des alternatives en termes de R&D se développent. La propriété intellectuelle peut-elle s'appliquer à la biodiversité ? C'est la question que soulève la pratique de la biopiraterie, qui consiste à utiliser les savoirs traditionnels à des fins commerciales sans consulter ni dédommager les populations autochtones.

Droits de propriété intellectuelles et génétiques et biopiraterie : quelles législations, quelles réglementations internationales ?

- Quel est l'état du droit international sur la question de la propriété intellectuelle du vivant ? Que change le protocole de Nagoya et son application ?
- En quoi consistent le consentement préalable et le mécanisme APA (accès et partage des avantages) ?
- Enregistrement des espèces, base de données, Indications Géographiques Protégées (IGP) : quels outils locaux pour protéger les espèces et savoirs traditionnels ?

Impacts et enjeux pour les entreprises en termes de R&D et biodiversité

- Quelle appréhension de la biodiversité par les entreprises ?
- Comment respecter les savoirs traditionnels et les peuples qui les portent ?

Quelles alternatives pour les entreprises ?

- Valoriser la biodiversité de façon équitable : comment mettre en pratique la logique de partage ?
- Les labels peuvent-ils contribuer à faire évoluer les pratiques ?

Intervenants :

- **GUAYAPI** : Marie FAGARD, Responsable Communication & Évenementiel
  VOIR LA PRÉSENTATION LIGNE

- **SOLECO :** Pierre JOHNSON, Spécialiste et consultant en commerce équitable et biocommerce éthique, auteur de l'ouvrage : *Biopiraterie - Quelles alternatives au pillage des ressources naturelles et des savoirs ancestraux ?*
  VOIR LA PRÉSENTATION EN LIGNE

DÉBUT DE LA CONFÉRENCE

INTERVENTION DE PIERRE JOHNSON – SAVOIRS TRADITIONNELS, BIODIVERSITÉ ET COMMERCE : DE LA BIOPIRATERIE À UN PARTAGE ÉQUITABLE

VOIR LA PRÉSENTATION EN LIGNE

Je travaille depuis 18 ans avec des groupes de producteurs dans les pays du Sud. J'ai commencé en travaillant avec des producteurs de café au Mexique, puis dans le domaine du commerce équitable pendant 6 ans. Depuis 6 ans, je fais du conseil sur la relation entre les entreprises et les groupes de producteurs, particulièrement en milieu rural, dans les pays du sud.

Quelques mots d'Histoire

Le commerce international des produits de la biodiversité est très ancien. Au niveau moderne, il s'est considérablement étendu pendant la période dite « des grandes découvertes ». Il y avait alors le commerce des épices, bien connu, mais aussi le commerce triangulaire qui permettait d'alimenter les flux dans l'autre sens. On voit donc que les échanges trouvent leur genèse dans ce schéma inégal, faisant la part belle à l'exploitation de l'être humain et des ressources naturelles.

Depuis une quarantaine d'années, le commerce équitable essaye, comme son nom l'indique, d'instaurer plus d'équité dans le commerce. Les entreprises et les relations entre les différents acteurs ont énormément évolué.

La biodiversité : un patrimoine menacé, valorisé par les peuples traditionnels

La biodiversité et les savoirs traditionnels sont des ressources extrêmement importantes. Les espèces vivantes sont menacées par notre développement. Un très grand nombre d'espèces est menacé d'extinction. Cela est dû à un certain nombre de facteurs, dont l'urbanisation et les questions foncières notamment. Ce phénomène est bien sûr couplé au changement climatique.

Or, pendant des millénaires, les communautés traditionnelles ont su respecter ces écosystèmes tout en en tirant ce qui leur était nécessaire pour l'alimentation, voire la cosmétique. C'est donc l'accélération du développement qui se trouve mise en question.

Souvent, on oppose savoirs traditionnels et recherche et développement. C'est là une manière très schématique d'envisager les choses, puisque les communautés locales indigènes ou traditionnelles cherchent constamment à s'adapter aux changements locaux que ce soit au niveau climatique ou au niveau du contact avec d'autres populations. Ces populations font preuve d'une grande curiosité. C'est d'ailleurs ainsi que ces savoirs ont pu se développer. Ces savoirs, loin de résulter de révélations mystiques, sont en perpétuelle évolution. Simplement, cela n'est pas documenté et posé par écrit.

Un système économique linéaire qui privilégie l'obsolescence

Un système un linéaire définit l'industrie actuelle, depuis l'extraction des matières-premières, en passant par leur transformation dans de grandes unités de production, jusqu'à leur

consommation. En bout de chaîne la décharge ou l'incinération attend les produits. On ne se soucie pas vraiment de la manière dont l'environnement absorbe ces déchets et ne nous demandons pas s'il serait possible de réutiliser une partie de ces ressources. Ce modèle consiste à prendre des ressources à la nature.

Finalement, lorsque l'on parle de produits naturels, il existe deux façons de voir les choses :

- Soit on envisage ces produits comme des produits plus sains, avec moins d'impact sur la santé mais consommés au même rythme que d'autres types de produits et dont l'emballage est jeté en bout de course.

- Soit on envisage ces produits comme étant véritablement intégrés à un mode de vie en accord avec les cycles naturels.

Au sein de cette dérivation entre une économie qui fonctionne encore très largement de façons linéaire et des écosystèmes où tout est recyclé (puisque dans la nature, il n'y a pas de déchets), la diversité n'est pas perçue comme un problème ou une source de performances moindres, comme elle le serait par exemple dans un domaine tel que l'agriculture industrielle où règne l'uniformité.

La CDB un outil de régulation international

L'outil juridique tente de pallier ces différences entre le modèle linéaire et le modèle naturel circulaire. Des progrès sont réalisés. Ainsi, il y a eu une vraie prise de conscience lors du troisième Sommet de la Terre qui s'est tenu à Rio en 1992. Des discussions ont par ailleurs eu lieu autour de la Convention pour la Diversité Biologique. Cette convention, une des trois signées pendant le Sommet de la Terre, poursuit trois objectifs majeurs :

- La préservation de cette diversité biologique,

- L'utilisation des composantes de cette diversité, à savoir les ressources génétiques, végétales, etc. issues de cette diversité,

- Un partage des avantages et des bénéfices provenant de leur utilisation, avec l'idée que ce partage plus équitable permettra aux pays qui disposent de la majorité de cette diversité (à savoir les pays de la ceinture intertropicale, pays largement en développement) seront ainsi incités à conserver ces ressources.

La CDB reconnaît les principes suivants :

- La souveraineté des États. En effet, ce sont les Etats nationaux qui sont garants de la conservation de la diversité biologique. Ils se fixent d'ailleurs des objectifs bien reconnus au niveau international.

- Le fait que l'utilisation de ces ressources doive faire l'objet d'un consentement préalable en connaissance de cause. Lorsque cela n'est pas prévu dans la législation locale, il s'agit d'une question d'éthique et de bonne entente avec les communautés.

- Un partage juste et équitable des avantages avec l'État et les communautés locales.

Parallèlement à ces discussions, l'attention avait été attirée par le fait qu'un certain nombre de ces ressources se révélant précieuses, ainsi que les savoir associés à ces ressources, étaient utilisés de manière illégitime ou illégale.

La biodiversité est donc une question éthique, une question de lien avec les Etats et les communautés locales.

La biopiraterie

Il n'existe pas de définition juridique de la biopiraterie, mais l'existence de ces pratiques est largement avérée. Les entreprises courent donc le risque, le cas échéant, d'être accusées de biopiraterie.

Cela peut reposer sur plusieurs choses :

- Sur l'ignorance des questions juridiques,

- Sur le manque de cohérence qui peut exister entre un texte tel la Convention sur la Diversité Biologique et les textes sur la propriété intellectuelle, textes largement construits autour de la notion d'innovation industrielle. Or, dans les savoirs traditionnels, il y a toujours un questionnement sur ce qu'apporte la tradition. Cet élément n'est pas forcément défini dans les corpus relatifs au droit intellectuel.

L'exemple de l'argousier

Pour prendre un cas concret de biopiraterie : on peut citer l'argousier ou *neem*, plante très connue en Inde, également documentée dans des langues indiennes (traités de médecine ayurvédique ou de médecine indienne). Or, l'entreprise américaine GRACE avait breveté les propriétés fongicides du neem, ce qui revenait à faire peser un risque sur l'utilisation du neem par les populations indiennes, mais aussi à empêcher des agriculteurs indiens ou de petites unités industrielles indiennes de faire usage de cette ressource pour la fabrication de produits naturels. Il y a donc eu une campagne et une bataille juridique dans les années 90. Cela a abouti au retrait de ces brevets.

Aujourd'hui, l'Inde a donné une réponse un peu plus générale à cette question : à partir du début des années 2000, les formulations relatives à ces ressources et contenues dans des traités écrits dans des langues comme le sanskrit ont été traduites pour constituer une bibliothèque digitale du savoir traditionnel. Cette bibliothèque est consultable par l'Office Européen des Brevets.

Les pratiques des entreprises des plus contestables aux plus respectueuses

Les questions de biopiraterie sont assez complexes et délicates. La prise de conscience est aujourd'hui réelle, mais elle a été progressive.

Ainsi, dans les années 80, PIERRE FABRE avait déposé la marque nommée ARGANE. Récemment, elle n'a pas pu être défendue devant le Tribunal de Grand Instance de Paris parce que cette dénomination a été reconnue comme le nom d'une espèce bien connue au Maroc et en France

sur la base de traductions de l'arabe. Cette marque est toujours déposée, mais on peut être perplexe devant cette appropriation du nom d'une ressource.

Natura : une entreprise modèle ?

Les entreprises ont évolué depuis les années 80, cependant. On peut ainsi évoquer le cas de NATURA. Il s'agit de la première entreprise cosmétique brésilienne, avec 1 milliard de chiffre d'affaire en 2010 et plus de 5 000 salariés. NATURA avait développé une gamme de naturelle pour laquelle elle avait mis en place des accords avec les communautés traditionnelles dès le début des années 2000. Autour de la même période, le Brésil avait mis en place une législation provisoire relativement à la biodiversité. Dans le cadre de ces accords avec des communautés d'Amazonie et d'Amérique du sud, NATURA paye les producteurs et les communautés pour les produits, mais aussi pour le droit d'accéder aux ressources. NATURA fait aussi de l'investissement pour améliorer les conditions des communautés et des filières, ainsi que pour le droit à l'image lorsque des supports de communication utilisent l'image de ces producteurs. Cela n'a toutefois pas empêché l'Etat Brésilien, en 2011, de condamner NATURA, ainsi que deux autres entreprises, pour biopiraterie. De fait, NATURA était avant tout accusée de prospecter dans une zone pour laquelle elle n'avait pas d'utilisation.

Quels modèles ?

Au final, cet exemple montre que l'on a trois types de partenaires : les entreprises, les communautés locales, mais aussi les Etats qui ne représentent pas forcément l'intérêt des communautés locales. Au cours des années 2000, il y a eu cet effet d'apprentissage. La fonction du législateur est importante, mais elle doit aussi être mise en perspective à travers le prisme de la relation qu'entretiennent les entreprises avec les communautés locales.

Pour donner un autre exemple : le cas des Sateré Mawé s'inscrit dans le cadre d'une relation de commerce équitable entre des populations amazoniennes et des entreprises de commerce équitable européennes. Là, les parties consentement préalable et droit d'accès sont vraiment respectées, ce qui se reflète dans les prix soumis aux producteurs. Cet état de fait a été favorisé par de grands groupes, mais aussi par une certification émergente : le FOREST GARDEN PRODUCTS qui met l'accent sur la conservation et la restauration de l'écosystème.

La démarche d'AÏNY

AÏNY est une autre entreprise travaillant en Amérique du sud. La marque s'approvisionne particulièrement au Pérou, en Equateur, et est entièrement issue de l'expérience de son fondateur avec des communautés indigènes. Des accords de consentement préalable et de partage équitable sont signés en bonne et due forme, ce qui n'est pas toujours le cas. 4% du chiffre d'affaire est reversé aux producteurs de chaque filière. AÏNY a développé un modèle où les recettes sont par ailleurs publiées dans des revues scientifiques afin de développer ces savoirs.

Une autre question que l'on peut se poser est celle de savoir si les labels sont utiles. En effet, il existe énormément de labels. Aident-ils vraiment le consommateur à savoir si l'entreprise respecte la relation avec les producteurs ?

Les labels peuvent-ils aider ?

La première chose que l'on peut faire est de regrouper ces labels en familles : agriculture biologique, cosmétiques bio et écologiques, commerce équitable, bio-commerce éthique, forêts. Bien sûr, certaines certifications peuvent aider, même si l'on voit qu'au final, la qualité de la relation prime sur le formalisme. D'où la nécessité de prendre le temps de construire ces relations avec les communautés locales, avec les écosystèmes locaux et d'être sur le terrain pour être à l'écoute de ce que peuvent être les attentes ou les questionnements de ces communautés locales et désamorcer les éventuels malentendus. C'est là une problématique qui demande à être construite dans la durée.

ÉCHANGES AVEC LA SALLE

Dans les droits de propriété intellectuelle on a, au moins au niveau de l'innovation industrielle, cette notion que ces droits ont une durée limitée. Or, d'une certaine manière, les savoirs traditionnels introduisent une sorte de droit perpétuel. Quel est votre avis sur cet apparent déséquilibre ?

Pierre JOHNSON : Effectivement, il y a généralement une durée de 20 ans sur les brevets. La question porte sur un droit sui generis sur les savoirs traditionnels, pour la biodiversité. Et effectivement, le cadre de la propriété intellectuelle est tout à fait adapté à l'innovation industrielle puisqu'il est fait pour encourager l'innovation et protéger cette innovation pendant un certain laps de temps avant d'ouvrir le champ à d'autres entreprises, à d'autres recherches, etc.

Sur les plantes, un autre pan de la propriété intellectuelle laisse la possibilité aux industries semancières de procéder à des recherches. Le vivant est aussi reconnu.

Un groupe de travail au sein de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle est dévolu à la discussion sur ces savoirs traditionnels. L'enjeu n'est donc pas tant de réviser le droit des brevets, mais de lui adjoindre un autre droit qui soit plus adapté aux questions de biodiversité et de savoirs traditionnels.

Dans certains cas de figure (comme celui du neem que vous citiez), il y a quand même une application industrielle, même si la ressource en question est du domaine du vivant. Au bout d'un moment, on aura une sorte de droit perpétuel à cet accès alors qu'au bout de plus de vingt, du point de vue de la propriété intellectuel, l'usage de la ressource sera largement connu.

Pierre JOHNSON : Dans le cas du neem, on constate qu'il n'y a pas de véritable innovation de la part de l'entreprise. La base de cette connaissance était l'utilisation, l'extraction, etc. L'entreprise développe un procédé pour extraire l'huile de ce produit de la meilleure façon qui

soit. Or, finalement, tout le savoir est déjà là puisque les méthodes d'extraction sont séculaires et donc bien connues.

Sur l'utilisation rétroactive de certaines ressources génétiques : quand les brevets se terminent, est-ce que tout est remis en cause ? Remet-on les compteurs à zéro ?

Autre question : dans votre présentation, vous avez donné beaucoup d'exemples issus de l'univers cosmétique. Avez-vous noté des exemples dans d'autres secteurs (dans les domaines de l'agriculture ou de l'agro-alimentaire, par exemple) ?

Pierre JOHNSON : Pour répondre à la première question : non, il ne s'agit pas d'un droit rétroactif. Ce qui est important, ce sont les connaissances spécifiques de ces peuples et les ressources propres à un pays ou à une communauté. De fait, toutes les plantes qui ont été diffusées depuis des siècles, comme la tomate, la pomme de terre, etc. ne font pas l'objet de ce droit.

En ce qui concerne les exemples, il y en a dans l'alimentaire. Pour en donner un : une espèce de haricot jaune mexicain avait été déposées aux Etats-Unis sous forme de brevet par un paysan américain, empêchant du même coup les paysans mexicains d'exporter cette variété de haricot. Ce n'est là qu'un exemple parmi tant d'autres.

INTERVENTION DE MARIE FAGARD - CAS PRATIQUE : LES 20 ANS D'ENGAGEMENT DE GUAYAPI

VOIR LA PRÉSENTATION LIGNE

Je vais en quelque sorte illustrer ce qui a été dit précédemment en me fondant sur l'exemple de la société GUAYAPI, ainsi que sur certains combats menés par la société depuis plusieurs années, notamment pour l'introduction de plantes traditionnelles sur nos marchés. Ces introductions ont pour but de valoriser les savoirs des peuples pour que ces peuples puissent être protégés de la biopiraterie.

L'histoire

Pour commencer, retraçons succinctement l'histoire de GUAYAPI. Notre société a été fondée en 1990 et a pour objectif la valorisation de plantes issues de terres d'origine. Cette valorisation se fait sous trois formes :

- Les compléments alimentaires ou « super aliments »,
- Les aliments,
- Les cosmétiques

Le critère fondamental de cette valorisation est, bien sûr, le biologique, mais cela ne suffit pas. On constate aujourd'hui que la monoculture épuise les sols. Il s'agit donc de se demander

comment restaurer les écosystèmes. Nous le faisons en travaillant avec des techniciens hors pair. Nous parlions tout à l'heure de FOREST GARDEN PRODUCTS : c'est un organisme de certification que GUAYAPI a choisi pour valoriser les produits et reconstruire des écosystèmes là où des choses ont été abimées.

A l'appui, citons l'exemple du Sri Lanka où GUAYAPI est présent. Nous faisons venir de cet endroit un produit appelé sève de kitul, produit alimentaire à fort pouvoir sucrant. En travaillant avec des experts de la biodiversité, on se rend compte que dans ces hectares où nous travaillons, lesquels avaient vu disparaître des espèces. On voit maintenant revenir 85 espèces d'oiseaux, tout simplement parce que ces espèces voient réapparaître leur nourriture.

Nous menons aussi un travail de préservation, notamment du côté de l'Amazonie. Là, les populations ont toujours vécu en harmonie avec la nature et ont su garder des savoirs, se les transmettre. De fait, en Amazonie, l'écosystème est extrêmement bien préservé.

GUAYAPI a été fondé par Claudie Ravel qui en est aujourd'hui la dirigeante. Claudie Ravel a créé cette société sur la base de rencontres.

Le premier produit de GUAYAPI était le guarana, produit que nous avons décidé de renommer en 2010 warana qui est le nom correct en langue Sateré Mawé. En fait, lorsque les Portugais ont découvert cette plante il y a de cela 500 ans, ils n'avaient pas de « w » et ont donc adapté l'orthographe de ce nom à leur langue. Au final, on peut distinguer le guarana industriel torréfié du warana issu d'une terre d'origine.

Aujourd'hui, GUAYAPI, c'est une présence dans 3 000 boutiques et des milliers de consommateurs en France et en Europe.

Notre métier

Notre but est de sourcer des matières-premières, de monter des filières en harmonie avec ces populations, mais aussi de trouver des partenaires commerciaux ayant des savoirs ancestraux, puis, de voir ensemble comment préserver ces savoirs.

Il s'agit d'écouter, de recevoir et de transmettre ces connaissances, ce qui demande avant tout une observation accompagnée d'un profond respect. Ce qui va matérialiser cela, c'est la transparence : de leur part lorsqu'ils nous font part de leur savoir, mais aussi de notre part à nous afin de leur expliquer ce que nous faisons de leur savoir.

Nous adaptons souvent leurs produits pour les adapter, par exemple, au rythme de vie des consommateurs occidentaux. Cela doit se faire en toute transparence. C'est donc une relation de confiance qui s'établit, un véritable pacte qui se met en place. De manière à maintenir ce pacte, GUAYAPI s'exprime sur les actions menées.

Au sein du commerce équitable tel que nous l'envisageons, la transparence est aussi une transparence de prix. Nous précisons le prix d'achat des produits, ainsi que le prix de vente et ce,

de manière très claire. Ces prix sont justes et justifiés. Il y a donc aussi un pacte de confiance à l'autre bout de la chaîne.

La formulation se fait, elle aussi, sur la base de l'observation de ces peuples. Nous ne pourrions pas, par exemple, arriver en Amazonie et identifier telle plante comme ayant telle ou telle vertu. Cette connaissance découle de centaines, voire de milliers d'années d'observation. Ainsi, lorsque nous formulons une crème, nous avons en amont observé ces peuples et eux ont accepté de nous faire part de leur savoir. Ensuite, cette formulation peut avoir lieu avec des cosmétologues de renom, des nutritionnistes, etc.

Notre identité

Notre identité est fondée sur trois critères fondamentaux :

- Le biologique
- La dimension écologique (notamment par le biais de la restauration des écosystèmes)
- La dimension sociale.

Ce dernier critère est tout aussi crucial. GUAYAPI travaille toujours dans le cadre du commerce équitable. Nous nous astreignons toujours à pratiquer le partage des avantages. Ce travail millénaire effectué par les peuples qui consiste à observer, identifier et transmettre des informations sur les propriétés d'une ressource donnée, doit être rémunérer. GUAYAPI paye donc le prix juste qui inclut le savoir.

Nos produits sont certifiés par FOREST GARDEN PRODUCTS, organisme de certification créé en 1987 au Sri Lanka. A notre connaissance, il s'agit de l'organisme le plus exigeant car il ne certifie pas seulement le biologique ou le social, mais bien les deux, avec des critères extrêmement pointus. Par ailleurs, FOREST GARDEN PRODUCTS accompagne tout ce travail de création mené par GUAYAPI. Qui plus est, il s'agit d'un organisme certificateur qui vient des pays du Sud. Cette genèse au Sri Lanka n'est pas un hasard car ce pays a fait des questions de biodiversité une priorité nationale. Le Sri Lanka a été ravagé par 300 ans de colonisation, d'abord par les Portugais, puis par les Hollandais et enfin par les Anglais. Lorsque ces derniers sont arrivés dans les années 1850, le Sri Lanka comptait plus de 70% de terres vierges. Les Anglais ont fait du Sri Lanka une terre à thé, ne laissant que 2% de terre vierge. De fait, la question de la restauration de cet écosystème se pose aussi.

Du Sri Lanka, GUAYAPI fait venir des plantes et des épices, le tout cultivé dans des jardins biodiversifiés avec des manières de produire et de promouvoir qui sont parfaitement en lien avec les principes qui constituent notre identité.

Nos partenaires

Nos partenaires sont très nombreux :

- Nous travaillons avec les Indiens Sateré Mawé pour le warana, mais aussi pour de nombreuses autres plantes,
- Il y a également les Shipibos au Pérou,
- Les villageois de Halpola au Sri Lanka,
- Les villageois de Sikkim en Inde,

- Ainsi que les Guarani au Paraguay.

Avec ces derniers, nous travaillons sur la stevia, plante que GUAYAPI a beaucoup valorisée dès 1995. Les Indiens Guarani ont découvert cette plante qui pourtant vient aujourd'hui à 95% de Chine. En effet, dans les années 60, les Japonais qui ont toujours refusé l'aspartame, ont découvert cette plante, mais, n'ayant pas assez de place sur leur territoire, ils l'ont faite pousser en Chine.

GUAYAPI essaye de revaloriser la terre d'origine de cette ressource, qui est le Paraguay. Lorsque GUAYAPI a mis la stevia sur le marché en 1995, les autorités n'ont pas apprécié cette démarche et une procédure a démarré en 1998, pour une question de classification. Il a été demandé à GUAYAPI d'intégrer la stevia dans une catégorie appelée Novel Foods, catégorie qui contient aussi des OGM et des plantes non-traditionnelles. Obéir à cette directive eut été incohérent. Claudie Ravel a donc mené un combat pendant de nombreuses années, encourant 70 000 euros d'amende pour la société, 20 000 euros d'amende personnelle et 8 mois de prison avec sursis, tout cela pour l'introduction d'une plante traditionnelle que nous connaissons aujourd'hui absolument tous. La réponse a été trouvée en 2009, au moment où COCA-COLA dépose 21 brevets sur une des molécules de cette plante. Claudie Ravel a alors été dispensée de peine alors qu'elle avait été condamnée en première instance pour l'introduction de cette plante et pour désobéissance civile.

On voit aujourd'hui cette plante déferler absolument partout. Il ne s'agit en fait pas de la plante elle-même, mais d'une petite évolution. On trouve aujourd'hui sur le marché une autre molécule de la plante, différente de la forme originelle. Quant à nous, nous promouvons vraiment une plante traditionnelle. Cette dernière molécule n'est pas du tout ce qui nous intéresse, dans la mesure où il n'y a pas, à cette date, de recul sur les extractions de molécules. *A contrario*, sur les plantes traditionnelles, utilisées depuis des millénaires, nous avons ce recul. Il semble qu'en déposant une molécule extraite de cette plante, on soit dans un cas d'appropriation et, partant, de biopiraterie.

Nos appartenances

Nous tenons beaucoup à l'appellation SLOW FOOD qui promeut des produits bons, propres et justes, valeurs dans lesquelles nous nous retrouvons pleinement. Cette appellation a émergé dans les années 80, pas opposition aux Fast Foods. Un manifeste a été déposé à l'Opéra Comique de Paris. SLOW FOOD, c'est aujourd'hui plus de 100 000 membres à travers le monde, pour beaucoup en Italie, mais aussi aux Etats-Unis. En France, nous ne sommes pas très nombreux, ce qui appelle certaines questions. En effet, la gastronomie française vient d'être classée patrimoine immatériel de l'humanité. Pourtant, nous sommes le deuxième pays au monde à avoir le plus de McDonalds. Il nous faut donc réfléchir sur notre manière de consommer et sur les produits que nous voulons promouvoir.

Nous sommes aussi membre administrateur de la Plateforme pour le Commerce Equitable et de l'IFOAM, réseau de l'agriculture biologique. Nous sommes aussi membre administrateur de l'IAFN (ou RIFA), le Réseau International des Forêts Analogues. Il s'agit d'une organisation internationale principalement constituée d'ONG et de producteurs. Nous sommes la seule société commerciale autorisée à en être membre. Cette organisation a pour objectif de

promouvoir ces écosystèmes d'origine. Elle tente de reconstruire des écosystèmes d'origine, par une sorte de mimétisme. Il y a là tout une démarche progressive pour passer de la monoculture à l'agroforesterie et à la permaculture. Le but est de retrouver des écosystèmes naturels, c'est-à-dire des forêts analogues à ce qu'elles étaient à l'origine.

COSMEBIO est aussi très important pour nous. Nous en sommes membre administrateur et co-responsable de la commission éthique. Cela est d'autant plus essentiel pour nous que nous jouons le rôle de sourceur et donnons accès à ses ressources à des formulateurs.

Les reconnaissances internationales

Les produits que nous mettons sur le marché sont nobles et efficaces. Ce sont des produits qui ont énormément de nutriments. Cette qualité explique la reconnaissance internationale dont jouit GUAYAPI. Ainsi, nous avons obtenu un prix lors de la dernière édition des Biodiversity Awards. Paradoxalement, GUAYAPI a gagné le prix de l'innovation pour le projet warana alors même que nous mettons en lumière des savoirs ancestraux. Toujours pour le warana : cette ressource est en voie d'obtention du Denominaçéão de Origem, qui est en fait l'équivalent exact de notre AOC.

Rappelons aussi que le warana est extrêmement convoité. Pour s'en convaincre, il suffit de voir le film de José Huerta : *Les défis du warana*. Cette plante est particulièrement convoitée par COCA-COLA et par PEPSI COLA. Ces entreprises tentent de cloner cette plante. Ainsi, COCA-COLA a fait l'acquisition de terres environnantes. Quant à PEPSI COLA, ils fournissent aux producteurs des plants de warana, mais aussi des pesticides et des fongicides pour qu'eux-mêmes en fassent une production intensive. Le fait d'avoir un AOC pour cette ressource permet donc de préserver un sol et des savoirs.

ÉCHANGES AVEC LA SALLE

Vous mentionniez le fait que vous avez obtenu le label UEBT (UNION FOR ETHICAL BIOTRADE). Concrètement, qu'est ce que cela vous a apporté ?

Marie FAGARD : Nous ne sommes absolument pas membres de l'UEBT. Nous avons simplement obtenu un prix. Il était effectivement étonnant pour nous de recevoir un prix de l'innovation. D'autant que, dans la même catégorie que nous, il y avait KRAFT FOODS, NESPRESSO, etc.

Pour faire une petite digression : il faut aussi dire que le peuple Sateré Mawé est déterminé à s'auto-gérer. Nous payons le warana 50 euros le kilo. Or, là-bas, le warana est la boisson nationale et la production est une production d'envergure, à savoir plusieurs milliers de tonnes avec un prix qui tourne autour de 2 à 3 euros le kilo. Le prix que nous payons est supérieur à la moyenne nationale, mais c'est un prix juste et justifié. C'est tout simplement le prix de la valorisation du travail de ces producteurs. Ces populations aspirent à vivre de ces savoirs et refusent le clientélisme et le paternalisme vers lesquels tendrait une partie de l'Etat brésilien dans sa relation avec ces peuples indigènes.

Pour revenir à l'UEBT, nous n'en sommes pas membre. En revanche, nous sommes membres d'autres collectifs. Il est important pour nous de fédérer, de lier des personnes qui ont une même vision du commerce et qui ont besoin de trouver des points de partage.

Doit-on comprendre que vous n'avez pas une très haute opinion de l'UEBT ?

Marie FAGARD : C'est effectivement compliqué. Nous n'avons pas choisi d'en être membre. Nous sommes toutefois honorés d'avoir reçu ce prix.

En fait, ce qui nous paraît peu intéressant dans l'UEBT, c'est que nous avons l'impression qu'il s'agit d'un cercle un peu fermé. Or, ce que nous prônons avant tout, c'est l'ouverture.

Avez-vous un retour d'expérience à faire sur les associations qui vous paraissent légitimes dans ce domaine de la biodiversité ?

Marie FAGARD : Pour nous, l'IAFN est vraiment très porteur. Cette organisation propose des solutions étonnantes et extrêmement intéressantes.

Au-delà des associations, nous n'avons de cesse de promouvoir FOREST GARDEN PRODUCTS. Le jour où tous les produits bio seront certifiés FOREST GARDEN PRODUCTS, les crédits carbones des populations seront au beau fixe.

L'organisme de certification est aussi un militantisme. Chez GUAYAPI, nous passons quand même 70% de notre temps à expliquer non seulement ce que nous faisons, mais aussi ce que font FGP, la plateforme du commerce équitable, etc. Nous sommes une société commerciale, certes, mais pour que les partenariats avec les populations puissent durer, il faut que ces matières-premières soient promues de la meilleure manière qui soit.

Sur les labels qui sont très performants en matière de biodiversité, on peut aussi en citer un qui est assez connu : RAINFOREST ALLIANCE. Ils sont assez performants dans les domaines de la préservation des savoirs ancestraux et la dimension sociale attenante.

J'avais une question sur l'utilisateur. De fait, on oublie assez souvent l'utilisateur final qui va être le consommateur. Y a-t-il des exemples d'entreprises qui communiquent sur ces démarches auprès des utilisateurs finaux ? Autre question : comment contrôler les fournisseurs lorsque l'on passe par plusieurs intermédiaires qui ne sont pas toujours en prise directe avec les communautés locales ?

Marie FAGARD : Le contrôle est une chose, mais le travail que nous menons dure maintenant depuis 25 ans. Ce sont justement les fournisseurs qui vont jouer le rôle de garant. Pour donner un exemple : au départ, lorsque Claudie Ravel se rendait sur place, les peuples locaux, détenteurs des savoirs traditionnels la fuyaient, se cachaient. Entrer en contact avec eux a pris

du temps. Elle se rend là-bas tous les ans, 1 à 2 fois par an, fait des retours sur ce qui advient des plantes, des ressources commercialisées par GUAYAPI, comment on les produit, comment on les promeut, etc. Ces retours sont permanents. Or, ces peuples sont habitués à voir débarquer des chercheurs, des journalistes et autres qui viennent, puis repartent et dont ils n'entendent plus jamais parler.

La construction de filières est donc un travail à part entière qui prend du temps. Pour donner un autre exemple : nous venons de mettre sur le marché un shampooing en poudre à l'acérola et au kamu kamu, avec en plus une plante qu'utilisaient traditionnellement les chamanes. Nous commençons aussi à avoir accès à ces savoirs, justement parce que nous les utilisons à bon escient et de manière respectueuse.

Évidemment, le contrôle n'est pas évident, mais il garder à l'esprit que l'on ne peut pas tout faire. Pour arriver à une vraie transparence, il faut vraiment mener un travail de longue haleine, à la fois pour obtenir ces produits, pour en connaître l'utilisation et pour pouvoir ensuite les mettre sur le marché.

Une autre chose que nous faisons et qui peut contribuer à cette transparence : nous énonçons les noms latins. Cela signifie que tout le monde peut aller chercher la plante. C'est donc bel et bien le lien qui fait cette confiance que nous travaillons à gagner depuis des années et des années. Le respect réside dans l'aspect économique qui consiste à payer le prix juste, mais aussi dans la connaissance des peuples, même s'il n'est pas sûr que l'utilisateur final, s'il décide demain d'aller en Amazonie, ait le bon mode d'emploi pour utiliser cette plante à laquelle, au demeurant, il a tout à fait accès.

En ce qui concerne cet utilisateur final qu'est le consommateur, nous sommes très fier, chez GUAYAPI, de vendre nos produits car il s'agit de produits exceptionnels. Nous faisons plus de 30 salons par an en France et à l'étranger. Cela nous permet d'entrer en contact avec l'utilisateur final. Ce dernier est sollicité à plusieurs moments. Ainsi, il existe un événement appelé Quinzaine du Commerce Equitable, événement auquel nous participons activement. Le Terra Madre (Salon du Goût) est un autre de ces événements grand public. Le consommateur est donc fondamental car il porte aussi toutes ces filières là.

Nos produits sont aussi distribués dans des boutiques de commerce équitable ou de produits biologiques. Ce mode de distribution est plus proche du consommateur et permet d'expliquer les choses plus aisément. En outre, la communication est un biais de poids dans cette relation avec l'utilisateur final. Ainsi, nous avons édité un tract à 50 000 exemplaires, tract auquel beaucoup de monde a accès. Ce tract est assez interpellant car il donne le prix d'achat ET le prix de vente du produit. Or, il est plutôt rare que le consommateur puisse connaître aussi précisément les modalités économiques qui président à l'obtention d'une ressource. Nous avons par ailleurs la chance de bénéficier de beaucoup d'articles de presse car les journalistes sont très intéressés par notre démarche.

Lorsque vous parlez de « prix juste et justifié », comment parvenez-vous à vous arranger avec les communautés locales pour définir ce qu'est, pour ces communautés, un prix juste et justifié ?

Marie FAGARD : Avant même de fixer le prix, nous payons au moment de la récolte, c'est-à-dire très souvent un an à l'avance. Il s'agit tout simplement là d'un principe de commerce équitable. Ensuite, dans la répartition du prix, il y a le prix d'achat aux producteurs du warana, des graines séchées aux fours en argiles. C'est donc toute un disciplinaire de production qui est respecté.

Il y a aussi une filière organisationnelle du consortium : ce qui va réunir les producteurs de warana en aire indigène. Viennent alors le transport de la marchandise et les investissements productifs (pour la certification, les services juridiques, etc.). Nous disons « prix juste et justifié » car l'écart en 50 euros et 2 euros le kilo est substantiel. Ce prix juste et justifié est le prix à payer pour que la relation ainsi établie soit durable et que ces communautés aient les ressources organisationnelles suffisantes pour mener à bien ce projet pendant des dizaines et des dizaines d'années.

Ces 50 euros découlent-ils d'une consultation faite avec les communautés ? Est-ce déterminé par un organisme de certification ?

Marie FAGARD : Ce prix est fixé main dans la main entre GUAYAPI et le Consortium des Producteurs. FGP pèse aussi sur la fixation de ce prix et a toute confiance en la vision éclairée des producteurs. FGP vérifie le prix proposé et conseille les producteurs.

Une réaction par rapport à l'écart entre les 50 euros et les 2 euros payés pour le warana : le risque, lorsque l'on est tellement décroché du prix du marché, est de pénaliser les communautés locales qui ont aussi besoin d'acheter ces matières-premières et d'amener une pollution sur ce marché local. Dans certains cas, le mieux est l'ennemi du bien.

Marie FAGARD : Vous imaginez bien que je ne suis pas d'accord du tout avec cette vision des choses. Nous aspirons à tirer les choses vers le haut. Ce n'est pas nous qui devons baisser nos prix, mais ces 3 euros qui devraient être revus à la hausse.

Une précision : les Indiens produisent environ 10 tonnes de warana par an et nous en vendent environ 4 tonnes. 2 tonnes sont vendues à un autre partenaire italien appelé ALTRO MERCATO. Entre 2 et 4 tonnes sont conservées pour leur propre consommation. Il va de soi que ces peuples n'achètent pas le warana 50 euros le kilo. Parmi les critères définis pas FGP, la priorité est que ces producteurs puissent subvenir à leurs propres besoins.

Existe-t-il des mécanismes d'ABS (Access & Benefits Share) non-financiers ?

Pierre JOHNSON : Évidemment, si l'on dit « partage des avantages », cela signifie qu'il y a d'autres attraits que les bénéfices financiers. Cela peut être le transfert de technologies et tout un tas de choses qui sont prévues dans le protocole de Nagoya. Il peut s'agir de toutes les formes de retour aux communautés locales, en plus du retour financier.

Marie FAGARD : Sur le partage des avantages, c'est aussi tout ce que nous mettons en place, mais cela demeure quand même en grande partie financier. Après, ce que permettent aussi ce projet warana et le fait que les Indiens puissent vivre de leur commerce, c'est ce que l'on appelle l'éducation différenciée. Pour revenir un peu sur l'histoire de ces Indiens, dans les années 80, ELF a voulu forer sur ces territoires qui sont des terres à pétrole. Les Indiens, très déterminés, ont porté plainte et ont gagné leur procès, soit 50 000 francs de l'époque, argent qu'ils ont utilisé pour pouvoir s'auto-gérer. Dans le cadre de cette éducation différenciée, ils ont bien sût accès au portugais pour qu'ils puissent aller dans d'autres Etats brésiliens s'ils le souhaitent. Mais par ailleurs, la langue Sateré Mawé est toujours enseignée. Ils apprennent à pêcher, à chasser. Ce sont ces savoirs qui sont perpétués, tout en y adjoignant d'autres savoirs. Cette éducation différenciée a aussi probablement permis de renforcer le sentiment d'appartenance et a peut-être redonné aux jeunes générations l'envie de sauvegarder leur patrimoine immatériel et culturel.

FIN DE LA CONFÉRENCE